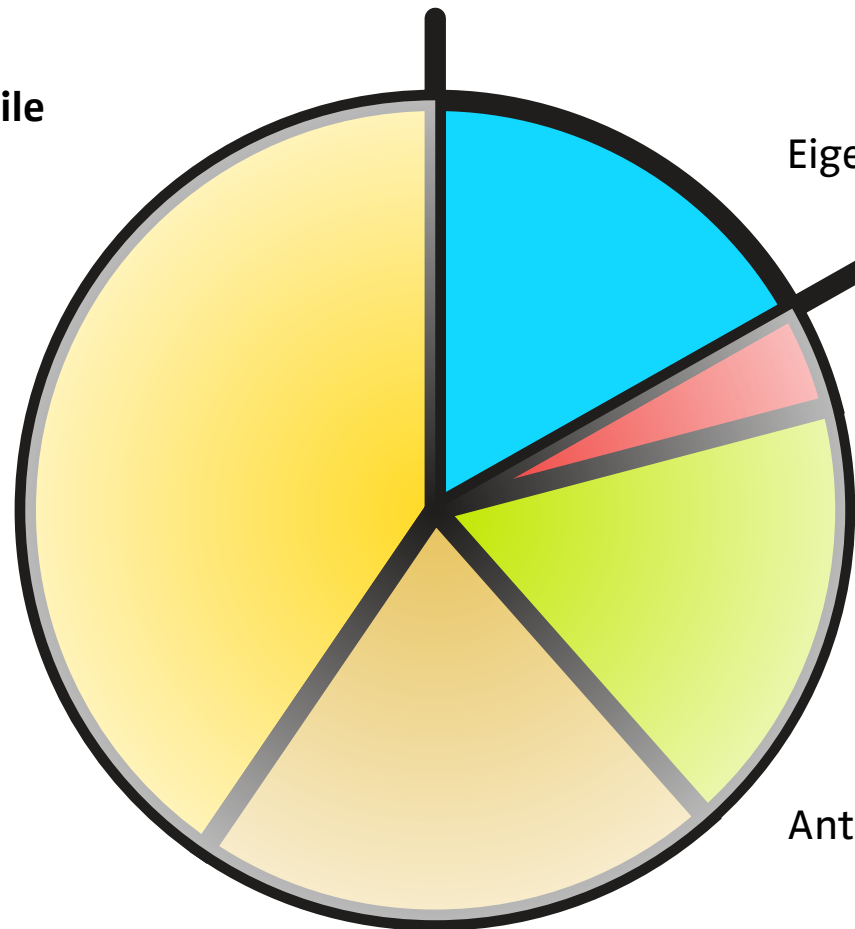


EN

Workshop
Unternehmenskommunikation
Der Weg zur
gelungenen Umsetzung

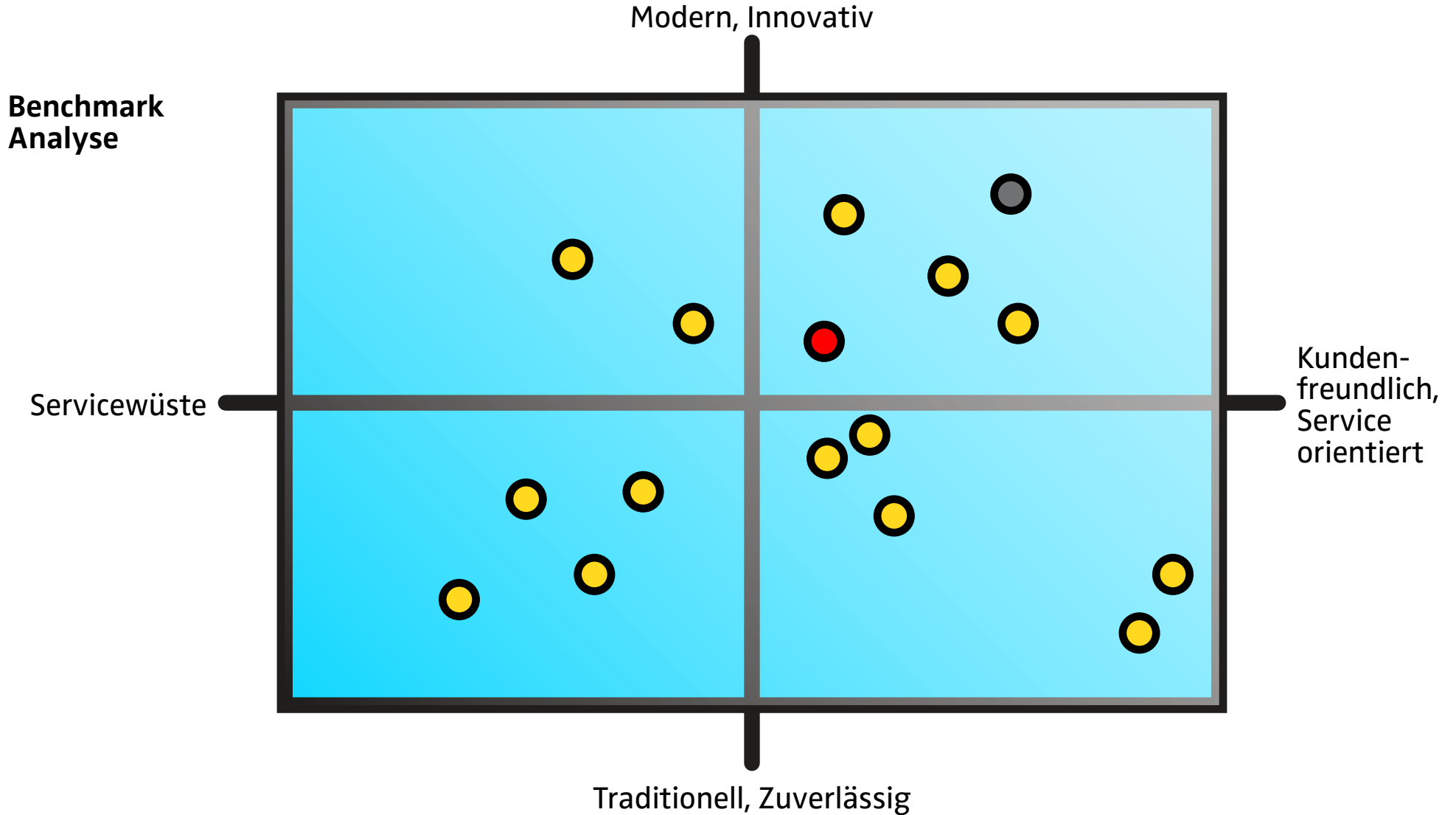
MUNIKAT

Marktanteile



Eigene Marktanteile

Anteile der Wettbewerber



SWOT Analyse

Stärken	Schwächen
Innovativ Kundenorientiert Mitarbeiterfreundlich Technikorientiert	Zu lange Testphasen Begrenztes Personal Produktionskapazitäten kaum zu planen Kaum Investoren zu gewinnen
Chancen	Risiken
Großer Bedarf Neue Geschäftsfelder Neue Märkte	Internationale Konkurrenz Unsicheres Wirtschaftsumfeld

Ergänzt durch die beiden Positionen Fremd- und Eigenbild

Fremdbild	Eigenbild
Innovativer Problemlöser Bemühter Service Personalknappheit Lange Wartezeiten Zuverlässig	Problemlöser Guter Service Zuverlässige Beratung Zuverlässige Technik

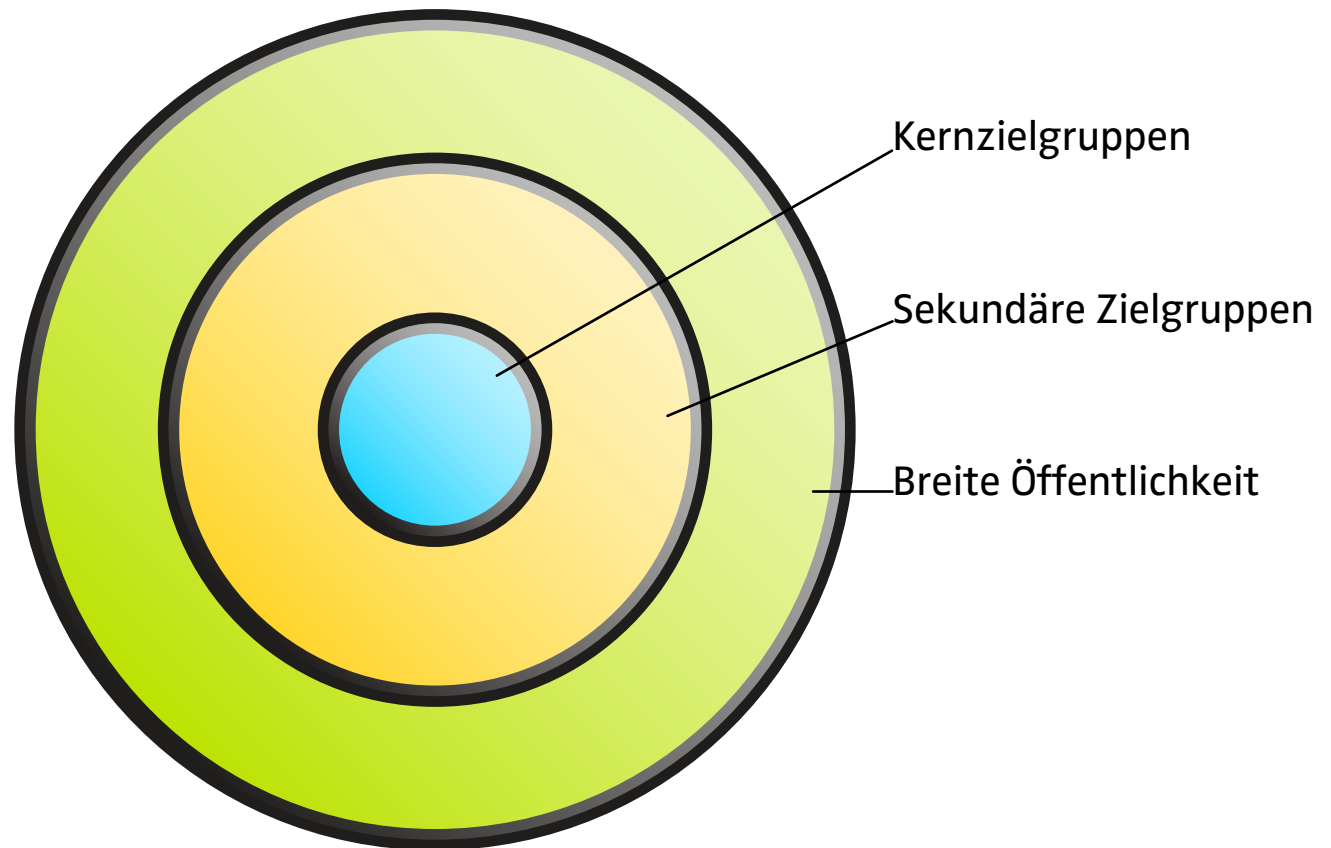
Definition der Ziele

- Kurzfristige Kommunikationsziele
- Mittelfristige Ziele
- Langfristiger Zielhorizont

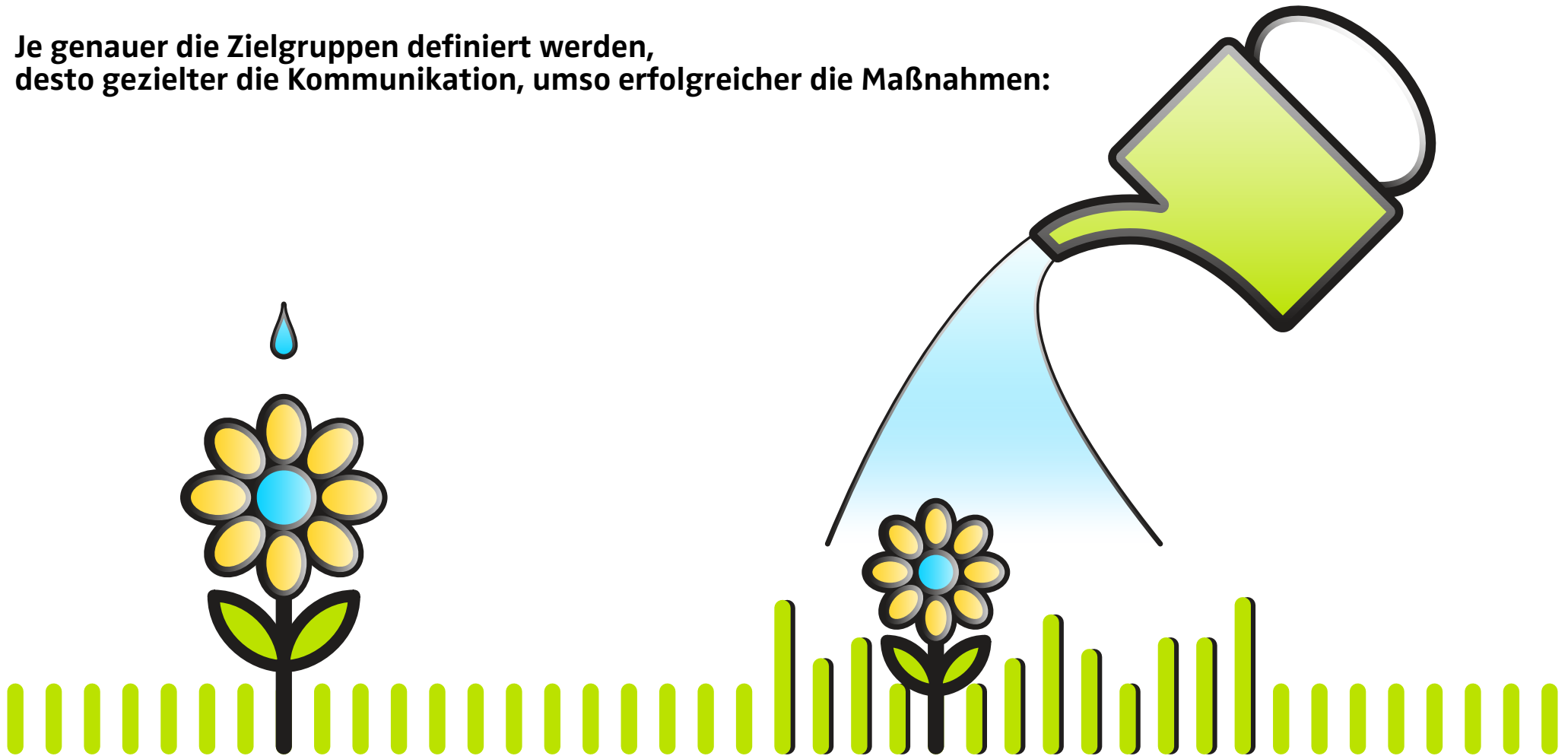
Ein kurzfristiges Ziel ist beispielsweise die Erzeugung von Aufmerksamkeit oder die Lenkung der Aufmerksamkeit auf ein bestimmtes Produkt, Leistungsmerkmal oder Thema.

Soll ein bestimmtes Image gebildet oder eine Marke nachhaltig etabliert werden, so sind diese Ziele immer mittel- bis langfristig zu sehen.

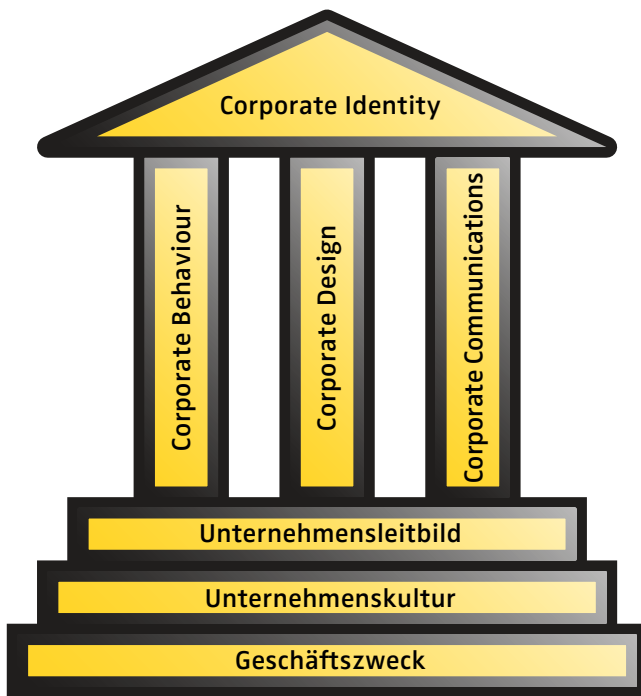
Definition der Zielgruppen



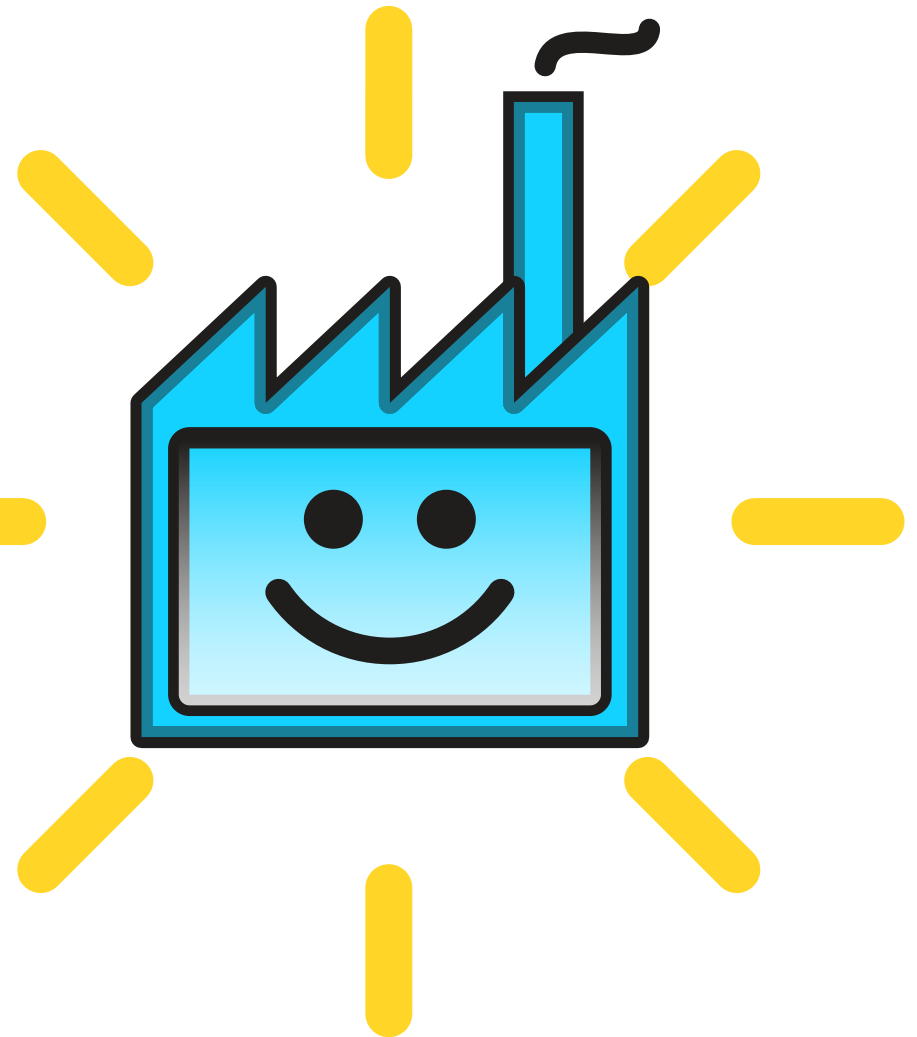
**Je genauer die Zielgruppen definiert werden,
desto gezielter die Kommunikation, umso erfolgreicher die Maßnahmen:**



Kurzer Ausflug in Corporate Identity

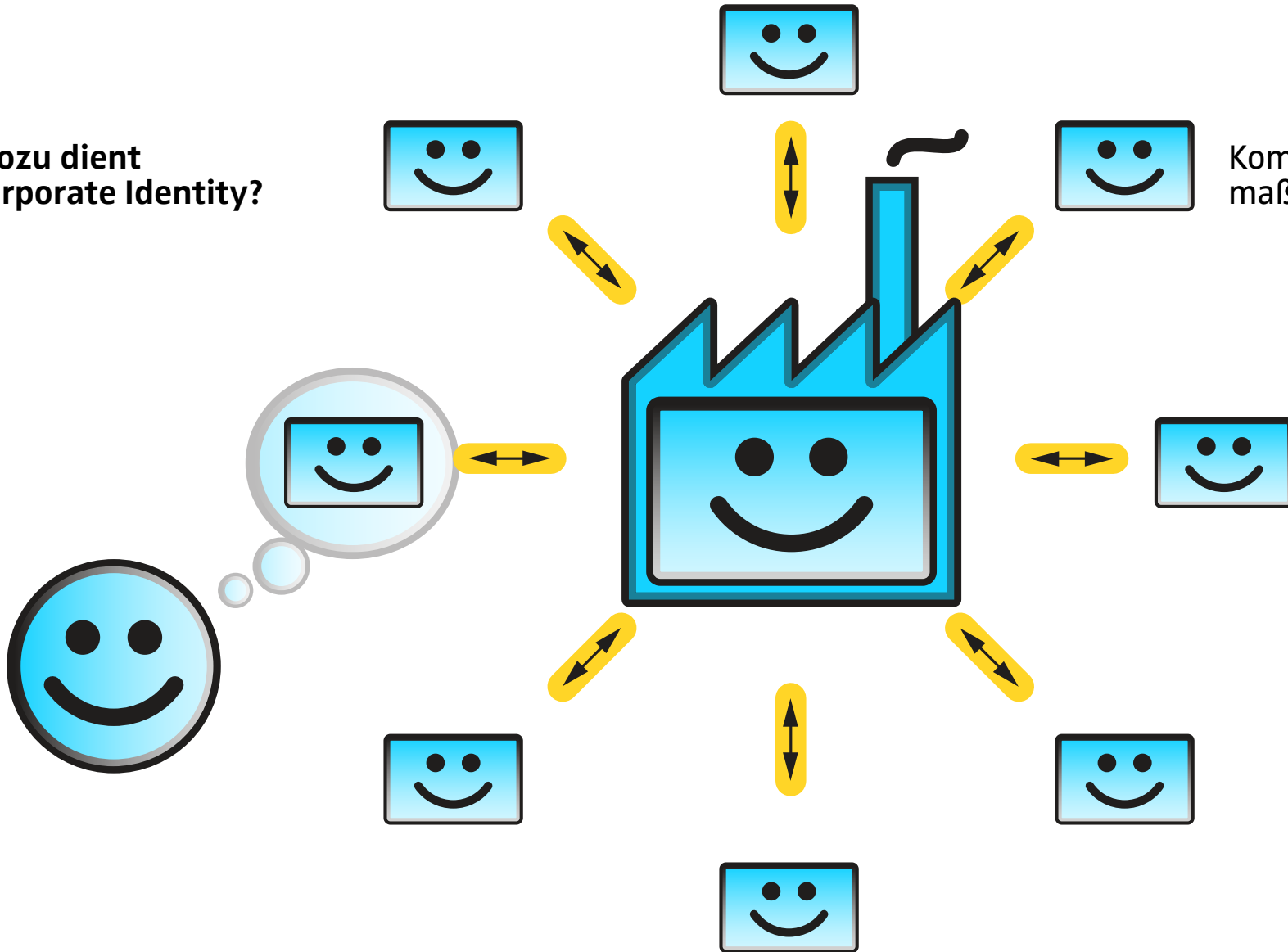


... bestimmen
Charakter, Aussehen
und Sprache
des Unternehmens

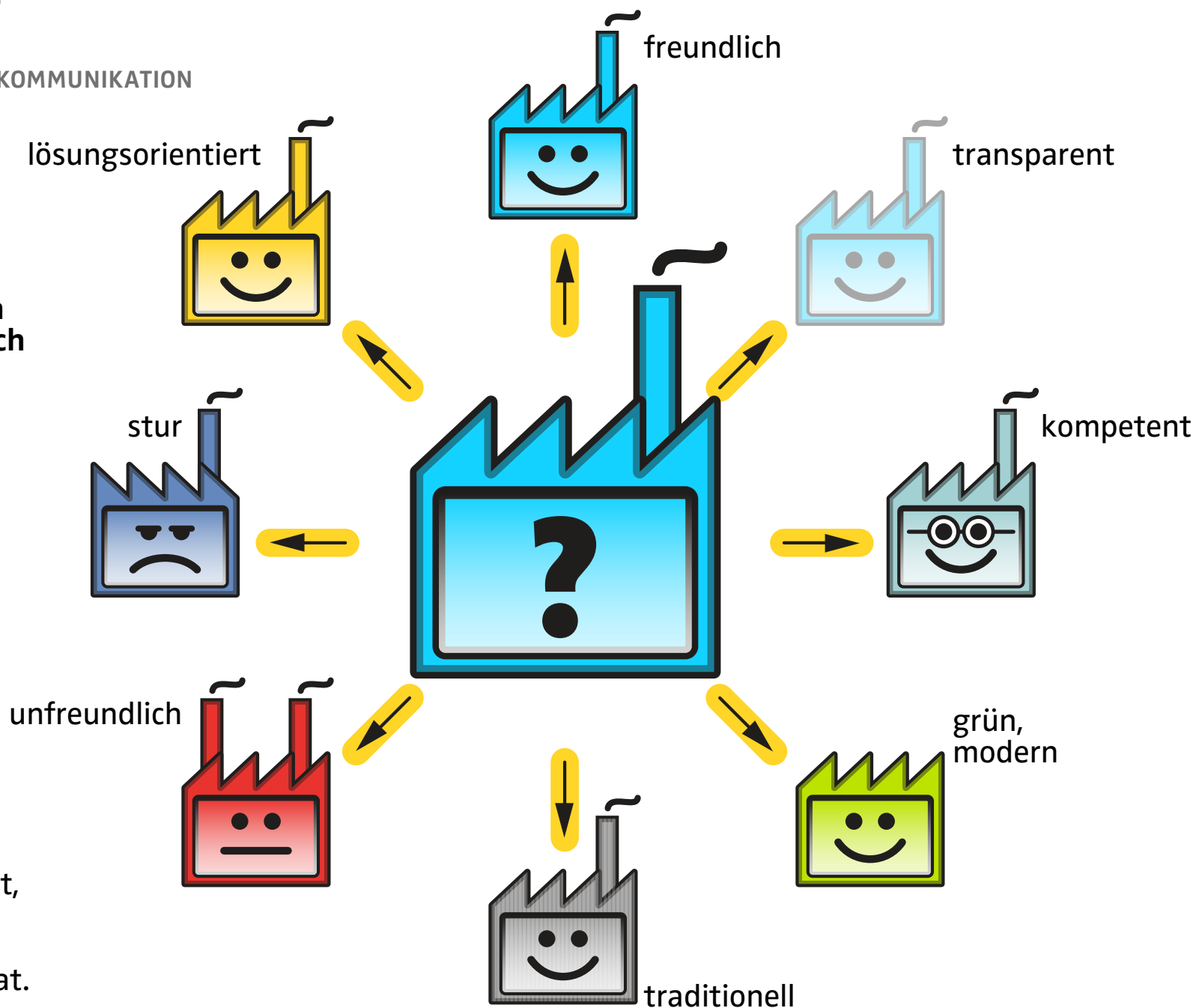


Wozu dient
Corporate Identity?

Kommunikations-
maßnahmen

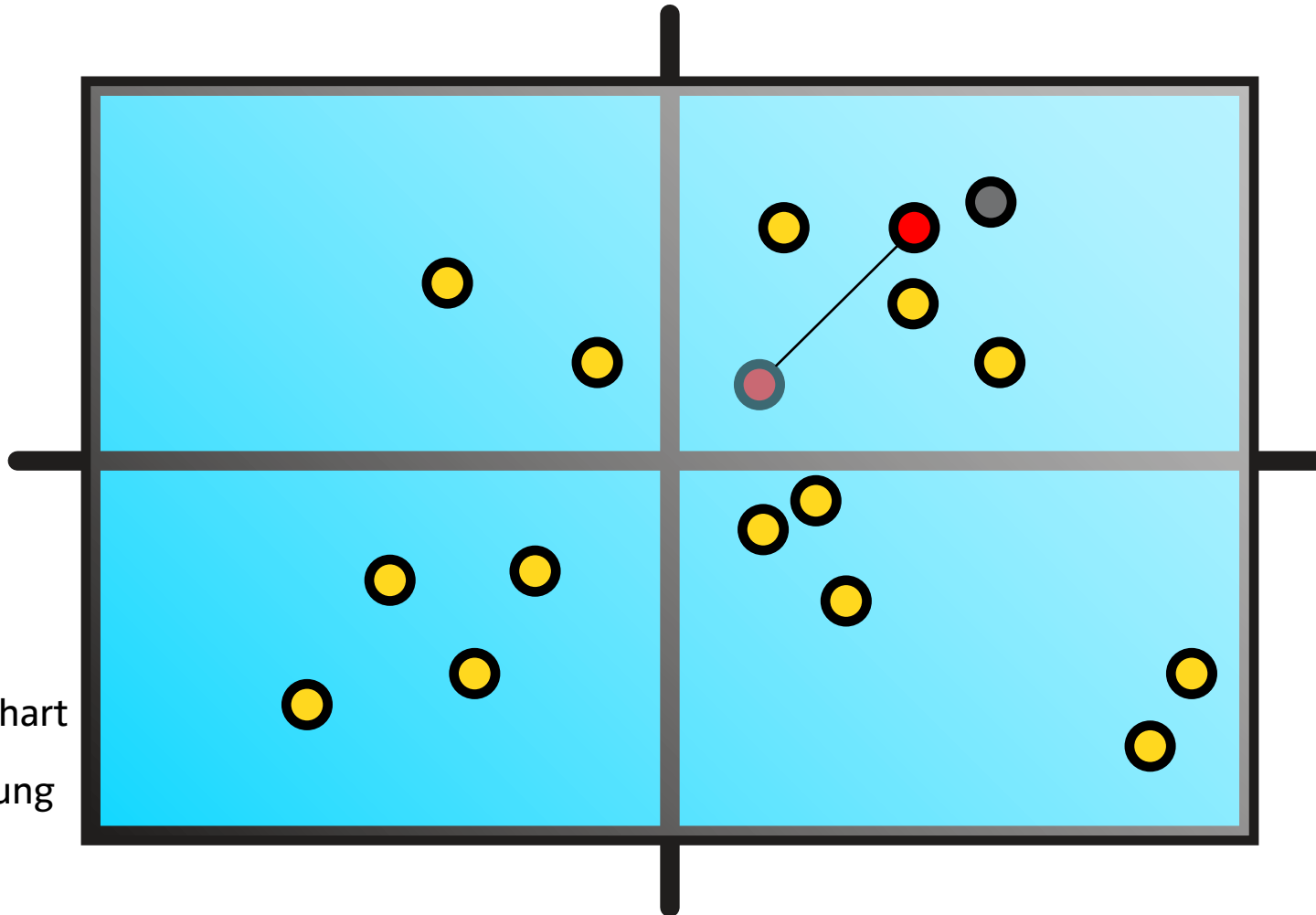


...tritt ein
Unternehmen
unterschiedlich
auf...



...weiß der
Rezipient nicht,
mit wem
oder was
er es zu tun hat.

Positionierung
im Umfeld



Anhand des
Bechmarking-Chart
wird die
Neupositionierung
vorgenommen.

Umsetzung

Definition der Botschaften

Ausgehend von den bisher gewonnen Erkenntnissen wird zunächst die Dachbotschaft formuliert.

Die konkreten Botschaften werden von ihr abgeleitet, auf die einzelnen Zielgruppen zugeschnitten und in deren „Sprache“ übersetzt.



Bist du sicher?





securITy

Bist du sicher?

Ein sicheres Passwort kombiniert Groß- und Kleinbuchstaben, Sonderzeichen sowie Ziffern und besteht aus mindestens 8 Zeichen.

Es gehört an einen sicheren Ort, zu dem nur du Zugang hast.

Mach's unknackbar.

HANSEN
KOMMUNIKATION

WORKSHOP
UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION



Wichtig:

Eine Botschaft ist dann richtig zugeschnitten und funktioniert, wenn

- sich die Zielgruppe entweder mit ihr identifizieren kann (und sie daher adaptiert) oder
- sie an einem Kernpunkt trifft (und der Betrachter deshalb angeregt wird, sich mit dem Thema zu befassen).

Definition der Medien und Maßnahmen
Möglichkeiten gibt es viele ...

- Internet/Intranet
- Printmedien
- Radio
- Fernsehen
- Außenwerbung
- Verkehrsmittelwerbung
- Kino

....

- Öffentlichkeitsarbeit/PR
- Kampagnen, Inhouse-Kampagnen
- Direktmarketing
- Eventmarketing
- Guerillamarketing
- Sponsoring
- Messeauftritte

....

Die Wahl der richtigen Medien und Maßnahmen basiert auf der Zielgruppendefinition.

Aufgrund der Entwicklungen in der Medienlandschaft und dem daraus resultierenden veränderten Nutzungsverhalten, sind Zielgruppen heute kleiner und vor allem über individuelle Kanäle erreichbar. Zugleich existiert heutzutage eine Reizüberflutung, was zur Folge hat, dass Botschaften nur ankommen wenn sie

- relevant sind,
- über den genutzten Kanal kommen und
- auf Anhieb verstanden werden.

Erfolg versprechend sind daher klare, auf den Punkt gebrachte Aussagen, die in einem strategisch entwickelten Medienmix gestreut werden.

HANSEN
KOMMUNIKATION

WORKSHOP
UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

**RENTE
MUSS ZUM
LEBEN
REICHEN**

HANSEN
KOMMUNIKATION

WORKSHOP
UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION





**BIS ZU 25 % RENTENKÜRZUNG KÖNNEN
NUR DIE WENIGSTEN VERKRAFTEN.
DIE GEWERKSCHAFTEN SORGEN FÜR MEHR
SICHERHEIT. AUCH MIT DER BETRIEBLICHEN
UND TARIFLICHEN ALTERSVORSORGE.**

DGB

RENTE: DA IST MEHR DRIN.

**MITMACHEN:
EINE RENTENVERSICHERUNG FÜR ALLE.**

www.ich-will-rente.net

**RENTE
MUSS ZUM
LEBEN
REICHEN**



**VIELEN DANK
FÜR IHRE
AUFMERKSAMKEIT!**

Hansen Kommunikation Collier GmbH
Marsportengasse 6
50667 Köln

Telefon: 0221-97 30 69-0

Fax: 0221-97 30 69-33

E-Mail: info@hansenkommunikation.de

Web: www.hansenkommunikation.de